

ANALISIS DAN PERANCANGAN E-MARKETING PADA PT CENTRAL AUTOMOTIVE INDONESIA

Findy Recky (1100006081)

Rudy Sofiyen (1100041405)

ABSTRAK

PT Central Automotive adalah sebuah perusahaan yang mendistribusikan dan menjual peralatan cat dan cat bermerek Devilbiss untuk peralatan, Stargloss untuk cat, dan Nippon untuk dempul. Dengan seiring perkembangan dalam industri dan otomotif, maka PT Central Automotive Indonesia membutuhkan pengembangan strategi khususnya strategi pemasaran agar dapat meraih pangsa pasar yang lebih besar. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengukur tingkat efektifitas dari proses pemasaran konvensional yang telah diterapkan oleh PT Central Automotive Indonesia pada saat ini dan untuk membuat perancangan e-marketing yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan PT Central Automotive Indonesia kedepannya. Metode Penelitian yang dilakukan dalam penulisan skripsi ini terbagi menjadi 3 bagian yaitu metode pengumpulan data, metode analisa dan metode perancangan. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, kuesioner, dan survey langsung di perusahaan. Analisa dilakukan berdasarkan beberapa metode analisis yaitu analisis SWOT, analisa Porter, dan langkah-langkah Seven Stages of Internet Marketing Strategy yaitu Menentukan Peluang Pasar (Framing market opportunity), Menformulasikan Strategi Pemasaran (Formulating The Marketing Strategy), dan Merancang Pengalaman Pelanggan (Designing the customer experience). Sedangkan perancangan dilakukan 4 langkah dari Seven Stages of Internet Marketing Strategy yaitu Menyusun Customer Interface (Crafting the customer interface), Merancang Program Pemasaran (Designing the marketing program), Pengumpulan informasi tentang pelanggan (Leveraging customer information through technology), dan Mengevaluasi Program Pemasaran (Evaluating the marketing program).

Hasil yang dicapai adalah aplikasi e-marketing yang dapat mempermudah sistem pemasaran yang sedang berjalan pada PT Central Automotive Indonesia. Aplikasi e-marketing ini diharapkan dapat meningkatkan pangsa pasar yang dikuasai oleh PT Central Automotive Indonesia. Aplikasi e-marketing pada PT Central Automotive Indonesia dapat menyediakan data yang ter up-to-date, dapat menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan, mempermudah sistem pemasaran, dan juga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cepat.

Kata Kunci : *Analisa, Perancangan, e-marketing, marketing, pemasaran*